

Estils

NEREIDA CARRILLO
BARCELONA

Passejar per trobar la botiga adequada, entrar-hi, mirar, triar, emprovar-se o tastar, fer cua per pagar i emportar-se el producte a casa. El comerç electrònic substitueix tots aquests passos per un simple clic. Aquesta facilitat per adquirir productes o serveis és una de les raons que expliquen que estigui guanyant cada vegada més adeptes. Segons un estudi del capítol espanyol de l'Interactive Advertising Bureau (IAB) publicat el juny d'aquest any, gairebé 16 milions de persones compren en línia. Entre aquests internautes, puja el nombre dels que trien el mòbil i les aplicacions per comprar. Però ara el mòbil està aportant un pas més, un plus de solidaritat: que el clic al dispositiu suposi també una petita ajuda per a ONGs i projectes socials. Comprar des del mòbil ja és solidari.

Diverses aplis llançades recentment treballen en aquesta línia, la de la intersecció entre el comerç i la solidaritat amb el mòbil com a plataforma. Una d'elles és Esmasshopping, un projecte nascut aquest setembre a Sabadell i liderat per Toni Bosch. Es tracta d'una xarxa social que posa en relació comerços, consumidors, ONGs i col·lectius.

En augment
Uns 16 milions de persones compren ja per internet a l'Estat, i la tendència va a l'alça

L'aplicació informa l'usuari de quin és el descompte màxim a què pot accedir a l'hora d'adquirir el producte que necessita a les botigues del seu voltant. Un cop té aquesta informació, el client pot reclamar el descompte i estalviar o bé aportar aquests diners a una ONG o organització social. Una altra iniciativa que incorpora la solidaritat és Wongo, una apli de compravenda de productes de segona mà, en què una part del que val l'article es destina a projectes socials.

Estalvi o donacions

Amb projectes com aquests, el mòbil, que sovint s'entén com un aparell individualista, es transforma en una eina solidària i fa que comprar sigui també un acte de generositat amb els que més ho necessiten. Per què apostar per la solidaritat a través del mòbil? Pot ser un reclam per als clients més compromesos i un nou model de negoci. "És el concepte d'economia del bé comú que està en el nostre ADN", assenyala Toni Bosch, director executiu d'Esmasshopping.

"Tothom que hi intervé, hi guanya", afegeix. Gràcies a aquesta xarxa social, quan algú busca un producte o servei, no només es beneficia de l'oferta del moment, sinó també d'altres descomptes, com ara pel

El mòbil s'apunta al comerç solidari

Diverses aplis per comprar en línia ofereixen donar part dels diners a causes socials, tot un reclam per seduir clients compromesos



D'esquerra a dreta, Oscar Espada, Toni Bosch i Fernando Mercè, l'equip que integra Esmasshopping.
CRISTINA CALDERER

fet de ser jove, de pertànyer a una família nombrosa o de tenir una targeta de fidelització. L'aplicació recopila aquesta informació per a l'usuari, unes dades que, segons Bosch, no estan disponibles enlloc més.

L'apli, disponible de moment per a Android i que a finals d'any arribarà a iOS, ja ha incorporat més de 200 comerços de Sabadell i es planteja arribar a 46 ciutats de l'Estat a finals del 2017, entre les quals Badalona, l'Hospitalet de

Llobregat, Girona i Sant Cugat del Vallès.

"El consumidor guanya una informació per poder estalviar –explica Bosch– i no només ajuda a la dinamització econòmica del seu barri o ciutat, sinó també a la dinamització social del seu entorn o d'altres països". De moment, reconeix el director executiu d'Esmasshopping, la majoria de clients han triat estalviar i no donar els diners, però vaticina que això canviarà a mesura que

es vagin afegint a aquest entorn consumidors "convidats per ONGs".

Molts dels clients que prefereixen les transaccions a la xarxa utilitzen múltiples dispositius i fins i tot combinen *online* i *offline*. L'ordinador continua copant la majoria de compres, però el mòbil està experimentant un creixement notable. El 29% prefereixen l'*smartphone*, una xifra que a l'estudi del 2015 s'emportava una part molt menor del pastís. Quan es preguntava als enquestats quin era el dispositiu que havien fet servir en les últimes deu compres per internet, només un 9% responien que el mòbil. Alguns encara mostren reticències a comprar pel mòbil: creuen que no és del tot còmode, no poden apreciar prou bé els trets del producte o no s'acaben de fiar de pagar amb aquest aparell.

Reutilitzar i ajudar

Malgrat algunes reserves, l'*m-commerce* està guanyant terreny. També per a les compres de segona mà. És aquí on s'ha introduït Wongo, una apli per posar a la venda i comprar productes que ja s'han fet servir de manera que es destini una part del cost a projectes socials. Miquel Mascort, director del projecte, explica que tenen dos tipus d'usuaris: "El que està en el mercat de segona mà no només pels diners de la venda, sinó per no llençar les coses", i un altre tipus

Minoritari
L'ordinador és l'aparell preferit per comprar 'online': només un 9% ho fan amb el mòbil

format per consumidors responsables, que ja aporten a ONGs i que se'ls fa difícil donar més diners, però que, per contra, sí que poden contribuir-hi revenent algun objecte que tinguin a casa i ja no necessitin.

Mascort assenyala que un 60% dels usuaris de Wongo pertanyen al primer tipus, és a dir, els usuaris que estan al mercat de segona mà i que destinen entre el 30% i el 40% a projectes solidaris. L'altre tipus d'usuaris fan una aportació molt més generosa, que pot arribar al 100%. La compra de segona mà està en auge, també a internet. Segons l'estudi d'IAB Spain, un 22% dels enquestats van declarar haver comprat alguna cosa de segona mà a través de la xarxa. Amb aquesta aplicació, comprar es converteix en un acte que incorpora diversos valors amb els quals es pretén atreure els *millennials*: el reciclatge, la solidaritat...

Wongo, disponible per a Android i iOS, porta ja 46.000 descàrregues. Mascort explica que la iniciativa permet a les ONG disposar d'un nou canal de promoció. "Per a elles –assenyala– és important tenir contacte amb una comunitat d'usuaris responsables". A Wongo es poden comprar i vendre multitud d'objectes, des d'aparells electrònics fins a roba, passant per eines per a la pràctica es-

El comerç en línia, en xifres

5.400

milions

És la facturació del comerç electrònic a l'Estat. Segons dades de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC), el comerç electrònic va facturar 5.414 milions d'euros el primer trimestre del 2016, una xifra que representa un 21,5% més que l'any passat.

88

milions

Són les transaccions que s'han fet en només 3 mesos. Segons la CNMC, la xifra, del primer trimestre d'aquest any, representa un 30% més de transaccions que en el mateix període de l'any passat. Sobretot s'han adquirit en línia llibres, diaris, discos i roba.

75

euros

portiva, accessoris o objectes de decoració per a la llar. Entre les organitzacions no lucratives amb què treballen hi figuren Sonrisas de Bombay, la Fundació Boscana i Àfrica Digna. L'usuari pot aportar diners a projectes amb finalitats molt diverses, com ara la construcció d'hospitals, el subministrament d'aliments a persones amb risc d'exclusió, beques per a dones amb discapacitat intel·lectual i ajudes als refugiats.

A escala internacional, també trobem iniciatives que utilitzen la solidaritat com a reclam per al comerç electrònic. Una d'elles és The Giving Machine, que funciona a través d'una web i de l'apli Shop&Give, disponible a l'Apple Store del Regne Unit. Cada vegada que l'internauta compra alguna cosa amb algun comerç adherit genera comissions que es converteixen en donacions per a causes i projectes socials. Segons dades dels promotors, han generat més d'1,7 milions de donacions. Un altre projecte similar és Goodshop Coupons, una apli disponible per a Android i iOS que també genera donacions per a diverses organitzacions amb les compres electròniques. Han aconseguit recaptar 12 milions de dòlars, que han contribuït a sufragar projectes diversos com ara recerca mèdica i iniciatives de descontaminació. ■